

„Darf ich behilflich sein?“ – Marketing für diakonische Leistungen

Bundeskongress für
Führungskräfte im BeB

(vorm. Jahrestagung für
Einrichtungsleiter/innen)

25. – 27. April 2010
Kardinal Schulte Haus
Bergisch Gladbach

„Darf ich behilflich sein?“ – Marketing für diakonische Leistungen

Liebe Mitglieder im BeB,

Wertewandel, Wirtschaftskrise, Richtungswechsel – warum dann ausgerechnet das Thema Marketing aufrufen? Was haben Marketingstrategien mit diakonischer Behindertenhilfe/ Sozialpsychiatrie zu tun? Und was verstehen wir überhaupt unter Marketing?

Mit der diesjährigen Tagung begeben wir uns auf die Suche nach Antworten auf diese Fragen, wollen das Spannungsfeld zwischen Ethik und Marketing ausleuchten und in den Workshops mit konkreten Beispielen dazu anregen, über die eigene Praxis nachzudenken.

In der Vision des Deutschen Marketing-Verbandes wird Marketing „als eine marktorientierte Unternehmensführung verstanden, die alle relevanten Unternehmensaktivitäten auf die Wünsche und Bedürfnisse von Anspruchsgruppen ausrichtet.“ Wenn Marketing also mehr ist als bloße Außenwirkung und schlichtes Absatzwesen, dann muss es sehr viel mit Kommunikation zu tun haben. Nämlich mit dem genauen Hinhören, was der Kunde/ die Kundin wünscht. Und so wird schon deutlich, dass diakonische Behindertenhilfe/ Sozialpsychiatrie unter den Vorzeichen von Selbstbestimmung und Inklusion andere unternehmerische Strategien entwickeln muss als früher, um ihre Produkte den (behinderten) Kundinnen und Kunden nahe zu bringen. Deshalb: „Darf ich Ihnen behilflich sein“ statt „Ich weiß, was gut ist für Dich“. Und weil Kommunikation immer eine Führungsaufgabe ist, passt es doch ganz gut, wenn wir Sie hiermit herzlich einladen, erstmalig am „Bundeskongress für Führungskräfte im BeB“ teilzunehmen.

Arbeitsgruppe

„Bundeskongress für Führungskräfte im BeB“

Rolf Drescher, BeB, Berlin

Renate Frost, Verein Oberlinhaus, Potsdam

Hans Hermann Gerdes, Das Rauhe Haus, Hamburg

Matthias Kube, Wichern-Wohnstätten und soziale Dienstleistungen GmbH, Frankfurt/Oder (AG-Leitung)

Edelgard Spiegelberg, Frauenheim Wengern, Wetter

Frank Stefan, Diakonisches Werk - Innere Mission, Minden

Klaus-Dieter Tichy, Ev. Stiftung Hephata, Mönchengladbach

Programm

Sonntag, den 25. April 2010

- 19.30 Uhr **Aperitif zum Auftakt**
mit leichten Klängen
Duo „Rose á Thone“, Köln
- 20.00 Uhr **Begrüßung**
Renate Frost, Potsdam
- bis
- 22.00 Uhr **Gespräche am Buffet**

Montag, 26. April 2010

Tagesmoderation: Matthias Kube, Frankfurt/Oder

- 08.30 Uhr **Andacht im Tagungsraum**
Ulrich Stoebe, Diakonie Himmelsthür,
Hildesheim
- 09.00 Uhr **Tagungseröffnung**
Klaus-Dieter Tichy, Mönchengladbach
- 09.15 Uhr **Klammervortrag 1**
Marketing und Ethik –
passt das zusammen oder
muss das zusammen?
Karsten Kilian, Initiator von Markenlexikon.com,
Würzburg
- 10.15 Uhr **Kaffeepause**
- 10.30 Uhr **Marketing zur Zukunftssicherung diakonischer**
Behindertenhilfe
Peter Oertmann-Brandt, Paulinenpflege
Winnenden
Vorstandsmitglied des BeB

11.00 Uhr **MARKETING / Referat 1**
Teilhabeleistungen strategisch vermarkten –
aber wie?
Prof. Dr. Susanne Vaudt, Fachhochschule der
Diakonie, Bielefeld

12.00 Uhr **MARKETING / Referat 2**
Erfolgsfaktor Marketing in der privaten
Sozialwirtschaft
Oliver Strube, IMPULS Soziales Management,
Kassel

13.00 Uhr **Mittagessen**

14.30 Uhr **Weiterarbeit in 8 Workshops**
Durchgang A (Kurzbeschreibung siehe fol-
gende Seiten im Programm)

Workshop 1

Von der Unternehmensidentität zum Claim -
am Beispiel „HEPHATA –unternehmen mensch“

Input: Prof. Richard Jung, communication
design & corporate ID, Hochschule Niederrhein
Moderation: Klaus-Dieter Tichy,
Mönchengladbach

Workshop 2

Entwicklung und Vermarktung eines neuen Geschäftsfeldes
in der Jugendhilfe – am Beispiel Paulinenpflege Winnenden

Input: Heiner Breuning, Winnenden
Moderation: Edelgard Spiegelberg, Wetter

Workshop 3

„Mariaberger Marketing“

Input: Thilo Rentschler, Mariaberg,
Gammertingen
Moderation: Frank Stefan, Minden

Workshop 4

Behaupten im Wettbewerb - trotz Ausschreibungs-
konkurrenz - am Beispiel des Sozialunternehmens
Neue Arbeit gGmbH, Stuttgart

Input: Marc Hentschke, Neue Arbeit, Stuttgart
Moderation: Rolf Drescher, Berlin

Workshop 5

Vom Rand in die Mitte – Lobbyarbeit als Marketingstrategie
für Menschen mit besonderen Bedarfslagen

Input: Dr. Ilka Sax-Eckes, Heilpädagogische
Einrichtungen der kreuznacher diakonie,
Meisenheim, Vorstandsmitglied des BeB
Moderation: Renate Frost, Potsdam

Workshop 6

Dachmarkenstrategie für die Oberlin-Holding

Input: Matthias Fichtmüller, Oberlinhaus,
Potsdam
Andreas Koch, Oberlinhaus, Potsdam
Moderation: Matthias Kube, Frankfurt/Oder
Vorstandsmitglied des BeB

Workshop 7

Von der Idee zum Instrumentenbaukasten – Entwicklung
eines Marketing-Konzeptes am Beispiel einer
Kurzzeitbetreuung

Input: Prof. Dr. Susanne Vaudt, Fachhochschule
der Diakonie, Bielefeld
Moderation: Hans-Gerd Daubertshäuser,
Bielefeld

Workshop 8

Selbsteinschätzungsbogen zur Sicherung der Marktfähigkeit
diakonischer Unternehmen

Input: Peter Oertmann-Brandt, Winnenden
Vorstandsmitglied des BeB
Moderation: Hans Hermann Gerdes, Hamburg
Stellvertretender Vorsitzender des BeB

16:00 Uhr **Kaffeepause**

Fortsetzung der Workshoparbeit

16:30 Uhr **Durchgang B**
bis 18.00 Uhr **Wiederholung der Workshops 1 bis 8**

18.30 Uhr **Abendessen**

19.30 Uhr **Abend der Begegnung**
Gespräche in der Kellerkneipe „Open end“

Tagesmoderation: Hans Hermann Gerdes, Hamburg

- 08.30 Uhr **Abendmahlsgottesdienst in der Hauskapelle**
Michael Bartels, Pommerscher Diakonieverein,
Züssow
- 09.30 Uhr **Aktuelles aus dem BeB**
Michael Conty, Bielefeld, Vorsitzender des BeB
- 09.45 Uhr **Vortrag**
**Welche Auswirkungen hat die Finanzkrise auf
die Sozialwirtschaft? - Zukunft, Moral und Ethik**
Michael Löher, Vorstand Deutscher Verein
für öffentliche und private Fürsorge, Berlin
- 10.45 **Kaffeepause**
- 11.00 Uhr **Klammervortrag 2**
Diakonisches Profil – Marketing und Ethik
Prof. Dr. Urs P. Jäger, Hochschule St. Gallen
(Schweiz)
- 12.00 Uhr **Schlusswort**
Hans Hermann Gerdes, Hamburg
stellvertretender Vorsitzender BeB
- 12.15 Uhr **Mittagessen und Abreise**

Anmerkungen zu den acht Workshops

Die acht Workshops werden inhaltsgleich zweimal nacheinander angeboten. Dadurch hat jede/r Tagungsteilnehmer/in die Möglichkeit, sich für zwei unterschiedliche Themen anzumelden. Die entsprechende Zuordnung erfolgt mittels des Anmeldebogens. Der Veranstalter behält sich allerdings das Recht vor, bei Überbuchung einzelner Module Umverteilungen (möglichst nach den Wünschen der Tagungsteilnehmer/innen) vorzunehmen. Geringe Wechsel sind vor dem Einstieg in die Workshoparbeit – soweit Kapazität vorhanden – noch möglich.

In den Workshops werden nicht nur Themen diskutiert oder Konzepte vorgestellt, sondern vor allem auch Best-Practice-Beispiele präsentiert.

Workshop 1

Von der Unternehmensidentität zum Claim - am Beispiel

„HEPHATA -unternehmen mensch „

„Aus Freude am Fahren“ gilt als einer der bekanntesten Claims der Automobilindustrie. Im Marketing kann ein Claim mehrere Funktionen haben: die Positionierung eines Angebotes oder einer Marke, ein zentrales Versprechen bzw. einen Produktnutzen, eine Mission oder eine Vision. Welche Funktion ein Claim für ein Diakonieunternehmen, das mit vielen Angeboten an vielen Standorten tätig ist, hat und wie er aus Leitbild und Unternehmensidentität entwickelt werden kann, wird der Kommunikationsdesigner Prof. Jung präsentieren. Unter anderem am Beispiel des Hephata-Claims wird er in den Entwicklungsprozess und die notwendigen Paradigmenwechsel einführen: nicht mehr zu fragen „Was leisten wir?“, sondern „Warum leisten wir es?“, und zu erleben wie aus unserem christlich-diakonischen Wertesystem ein Alleinstellungsmerkmal im Sinne des Marketing wird. Eine interessante Perspektive: Wie sieht ein Experte der Werbewirtschaft die Diakonie aus Sicht der Öffentlichkeit?

Workshop 2

Entwicklung und Vermarktung eines neuen Geschäftsfeldes in der Jugendhilfe – am Beispiel Paulinenpflege Winnenden

Die Erschließung eines neuen Geschäftsfeldes kann wesentlich zur Zukunftssicherung von sozialwirtschaftlichen Unternehmen beitragen, wenn dabei neue Kunden gewonnen und das Kerngeschäft von den neuen Dienstleistungsangeboten profitieren kann. Die Gewinnung neuer Kundengruppen reduziert die Abhängigkeit von nur einem Kunden. Zudem können neue Dienstleistungen den Absatz vorhandener Angebote fördern, wenn diese aufeinander aufbauen oder sich ergänzen. Die Paulinenpflege Winnenden hat ihre Angebote der Kinder- und Jugendhilfe und der Jugendberufshilfe in den letzten Jahren konsequent vernetzt und flexibilisiert. In diesem Workshop wird anhand eines aktuellen Beispiels aus dem Bereich der Kinder- und Jugendhilfe aufgezeigt, wie durch Marktbeobachtung, Bedarfsanalysen und die Definition spezifischer unternehmerischer Ressourcen ein neues Geschäftsfeld entwickelt und durch

Akquisetätigkeit bearbeitet werden kann. Folgende Inhalte werden besprochen: Beschreiben des spezifischen unternehmerische Ressourcen | Beobachtung des Marktes | Feststellen, welche Bedarfe aufgrund von Veränderungen neu entstehen | Akquise in der sozialen Arbeit | Die pädagogische Fachkraft als Entrepreneur für Soziale Dienstleistungen | Profilschärfung und Abgrenzung“

Workshop 3

„Mariaberger Marketing“

Der klassische „Marketing-Mix“ umfasst Antworten auf die Fragestellung Standortpolitik, Preispolitik, Produktpolitik und Werbepolitik einer Organisation. Fragen mit strategischer und operativer Relevanz auch und gerade für den „diakonischen Alltag“ unserer Einrichtungen. Am Beispiel Marienberg e.V. werden Bausteine des Marketing-Mix vorgestellt und im Unternehmenszusammenhang diskutiert. Herausgearbeitet werden im Workshop „wichtige Hebel“ zur Steigerung der Überlebensfähigkeit unserer Einrichtungen.

Workshop 4

Behaupten im Wettbewerb - trotz Ausschreibungskonkurrenz - am Beispiel des Sozialunternehmens Neue Arbeit gGmbH

Seit Einführung der Pflegeversicherung findet in Deutschland ein sukzessiver und schleichender Umbau der sozialen Bereiche von voll finanzierten Fürsorgesystemen auf Vollkostendeckungsbasis hin zu im (Preis)Wettbewerb stehenden sozialen Unternehmen auf Märkten statt. Die Ökonomisierung des Sozialen gewinnt in den verschiedenen Arbeitsfeldern rasch an Dynamik und hat bald alle erfasst. In fast allen sozialen Bereichen haben die Märkte (zumindest große Teilmärkte) Züge von Nachfragemonopolen, die aufgrund von eingeschränkten Finanzen politisch mit Geldknappheit gesteuert werden. Der Bereich der Arbeitshilfe wurde schlagartig im Jahr 2004 mit der Entwicklung konfrontiert. Mittlerweile gilt das zwangsläufig eingeführte Modell der Bündelung, Nachfragegestaltung, -steuerung und Vergabe von Leistungen für viele politisch als Vorbild für andere Bereiche. Ökonomisch formuliert, soll nicht mehr effektiv (eine Aufgabe möglichst gut zu erfüllen) sondern nur noch effizient (das Ziel mit möglichst geringem Mitteleinsatz oder möglichst großen Ertrag erreichen) gearbeitet werden. Um in diesem Feld überleben zu können, bedarf es diverser Anpassungen und Ausweichstrategien. Von taktischen Alli-

anzen mit dem Versuch Marktmacht der Nachfrageseiten zu umgehen, über strategische Erschließung neuer Felder und dem geordneten Rückzug aus Arbeitsbereichen, bis hin zu Angleichung von Aufwand an Ertrag in einem preisorientierten System sind viele Schritte seit dem unternommen worden. Durch gezielte Marktaktivitäten und einer bewussten Strategie zur Markterschließung ist es der Neuen Arbeit in den letzten Jahren gelungen, neue Kunden in verschiedenen Branchen zu gewinnen und Umsatzvolumen zu mehren, um attraktive Arbeitsfelder zu finden. Strategische Partnerschaften und gezieltes Marketing haben neue Betätigungsfelder eröffnet - in 2008 machte das Unternehmen 80% des Umsatzes mit Bereichen, die in 2003 noch nicht erschlossen waren. Im Rahmen des Workshops sollen die verschiedenen Aspekten dargestellt und offen über diakonisch wünschenswerte und notwendige Schritte diskutiert werden.

Workshop 5

Vom Rand in die Mitte - Lobbyarbeit als Marketingstrategie für Menschen mit besonderen Bedarfslagen

Im Zuge weiterer Dezentralisierung, Individualisierung und Ambulantisierung von Assistenzangeboten für Menschen mit Behinderungen ist es unabdingbar darauf zu achten, dass Menschen mit hohem Unterstützungsbedarf bzw. mit besonderen Bedarfen auch weiterhin im Blick behalten werden. Um dies zu gewährleisten, muss Lobbyarbeit als Marketingstrategie auf verschiedenen Ebenen mit und für diese Menschen betrieben werden. Wie dies aussehen kann wird Inhalt des Workshops sein.

Workshop 6

Dachmarkenstrategie für die Oberlin-Holding

Welchen Herausforderungen begegnet ein diakonisches Unternehmen mit konzernartiger Struktur und verschiedenen Aktivitätsfeldern, das sich von einer rein gemeinnützigen Einrichtung zu einem wirtschaftlich orientierten Unternehmen entwickelt? Das Oberlinhaus mit seinen verschiedenen Geschäftsbereichen hat sich in den letzten Jahren durch Wachstum stark verändert. Seine wirtschaftliche Orientierung ist Voraussetzung dafür, dass das Oberlinhaus als weiterhin eigenständiges Unternehmen agieren kann, ohne jedoch seine diakonische Ausprägung zu verlieren. In der aktuellen Phase des Umbruchs und der Weiterentwicklung soll eine starke Dachmarke sicherstellen, dass in den Köpfen der internen und exter-

nen Zielgruppen ein modernes Profil vom Oberlinhaus ankommt, ohne dass die Entwicklung des Unternehmens zu Identifikationschwächen und Orientierungsproblemen führt. Mithilfe der Dachmarkenstrategie und einer klaren Positionierung will das Oberlinhaus in einem immer wettbewerbsintensiveren Markt bestehen. In diesem Workshop stellen Matthias Fichtmüller und Andreas Koch den Weg zur Dachmarkenstrategie für das Oberlinhaus vor.

Workshop 7

Von der Idee zum Instrumentenbaukasten: Entwicklung eines Marketing-Konzeptes am Beispiel einer Kurzzeitbetreuung

Wie gelingt es Einrichtungen und Trägern der Behindertenhilfe, ihre Klient/innen und Bewohner/innen auch zukünftig als zufriedene ambulante oder (teil-) stationäre Kunden und Kundinnen zu behalten und zusätzliche Neu-Kundinnen und -kunden zu gewinnen? Ein auf die eigene Organisation zu Recht geschnittenes Marketing-Konzept hilft, in mehreren Schritten dieses Ziel zu erreichen. Es enthält sowohl Instrumente zur Situations- und Marktanalyse als auch zur (Weiter-) Entwicklung und Vermarktung des eigenen Leistungsangebots: Die zentralen damit verknüpfte Fragen sind: Wer sind meine Kundinnen und Kunden und was wünschen sie sich von mir? Wie bewerten Sie mein Angebot? Welches Merkmal macht mich gegenüber (zukünftigen) Mitbewerbern ‚unverwechselbar‘? Wie positioniere ich mich am Markt? Wie gelingt eine effektiv(er)e Werbung und Unternehmenskommunikation auch in Aufnahmegesprächen und Anfragen? Ziel des Workshops ist es, die wesentlichen Schritte eines Marketing-Konzeptes anhand einer Einrichtung für Kurzzeitbetreuung von erwachsenen Menschen mit einer geistigen Behinderung vorzustellen und auf andere Bereiche der Behindertenhilfe zu übertragen.

Workshop 8

Selbsteinschätzungsbogen zur Sicherung der Marktfähigkeit diakonischer Unternehmen

Die Programmreihe startet mit einer Einführung in das Thema Marktfähigkeit, bei der u.a. die Ziele des Vorstandes des BeB, Arbeitsbereich Unternehmensführung und Entwicklung, dargestellt werden. Der entwickelte Selbsteinschätzungsbogen mit Reflexionsfragen zum Thema und dessen Anwendungsmöglichkeiten werden vorgestellt. In einem Praxistest beantworten die Teilnehmer die 30 Fragen zur persönlichen Einschätzung der Marktfähigkeit des eigenen Unternehmens. Die anschließende Bewertung der

Fragestellungen dienen zur Verprobung des Instruments und werden in die Weiterentwicklung mit aufgenommen. Der Selbsteinschätzungsbogen steht zum Download bereit unter http://www.beb-ev.de/content/artikel_605_11.html

Die Mitwirkenden des Bundeskongresses für Führungskräfte 2010

Referent/innen und Moderator/innen

Michael Bartels, Züssow

Pastor und Vorsteher des Pommerschen Diakonievereins e. V.

Heiner Breuning, Winnenden

Diakon und Sozialwirt, nach Jugendsozialarbeit in Hamburg und Stuttgart und Organisationsberatung bei der Technischen Unternehmensberatung Prof. Bauder seit 2006 Referent für Produkt- und Organisationsentwicklung bei der Paulinenpflege Winnenden

Michael Conty, Bielefeld

Diplom-Psychologe, Geschäftsführer im Stiftungsbereich der von Bodelschwingschen Stiftungen Bethel, Arbeitsschwerpunkte: Konzept- und Qualitätsentwicklung, Personal und Bildung, Sozialpolitik und Sozialrecht; Vorsitzender des BeB, Mitglied der Diakonischen Konferenz und des Diakonischen Rates des Diakonischen Werks der EKD

Hans-Gerd Daubertshäuser, Bielefeld

Dipl.-Betriebswirt, Vorsitzender der Geschäftsführung des Stiftungsbereichs Behindertenhilfe der v. Bodelschwingschen Stiftungen Bethel

Rolf Drescher, Berlin

Dipl. Sozialpädagoge und Betriebswirt, Geschäftsführer des BeB

Matthias Fichtmüller, Potsdam

Pfarrer und Theologischer Vorstand, Oberlinhaus Potsdam, nach Stationen als Vikar und Pfarrer in der Lausitz von 1998 bis 2008 Superintendent des Kirchkreises Niederer Fläming, Jüterbog. Seit dem 1. März 2008 Vorstandsvorsitzender, jetzt Theologischer Vorstand, des Verein Oberlinhaus.

Renate Frost, Potsdam,

Dipl. Psychologin, systemische Familientherapeutin und Supervisorin, Geschäftsführerin der LebensWelten im Verein Oberlinhaus

Hans Hermann Gerdes, Hamburg,

Diakon und Abteilungsleiter des Rauhen Hauses, stellvertretender Vorsitzender des BeB

[Marc Hentschke](#), Stuttgart

Diplom Ökonom, geb. 1965, seit 20 Jahren Verantwortung als Leitung für soziale Einrichtungen der ambulanten Dienste, der Jugend- und Arbeitshilfe in den Landeskirchen Hannover, Berlin-Brandenburg und Württemberg, Geschäftsführer Sozialunternehmen Neue Arbeit gGmbH, Vorsitzender des Evangelischen Fachverbandes für Arbeit und Soziale Integration (EFAS) im Diakonischen Werk der EKD

[Prof. Dr. Urs P. Jäger](#), St. Gallen (Schweiz)

Urs Jäger studierte Betriebswirtschaft an der Universität St. Gallen und Genf und schloss sein Studium an der Universität St. Gallen mit einem Dokortitel über Führungsethik ab. Er arbeitete in verschiedenen Forschungsprojekten und als Berater in verschiedenen Nonprofit-Unternehmen. Drei Jahre war er für Lufthansa in Frankfurt tätig bevor er an der Universität St. Gallen seine Habilitation über Strategisches Management von Nonprofit-Unternehmen schrieb. Danach ging er für einen Forschungsaufenthalts in die USA. Seit seiner Rückkehr ist er Assistenzprofessor an der Universität St. Gallen und Managing Director des Center for Leadership and Values in Society derselben Universität.

[Prof. Richard Jung](#), Hamburg

Professor für Kommunikationsdesign und Corporate Identity; vor seinem Ruf an die Hochschule Niederrhein zum Wintersemester 2005/2006 arbeitete Richard Jung (von 1989 bis 1998) als „Creative Director“ und „Strategischer Planer“ bei der Hamburger Werbeagentur Springer & Jacoby, anschließend (bis Ende 2005) bei Scholz & Friends Hamburg, davon fünf Jahre als „Geschäftsführer Kreation“. Während dieser Zeit betreute er u.a. die Marketing-Kommunikation von IBM Deutschland, Mercedes-Benz, Deutsche Telekom, T-Mobile, BMW, Reemtsma, Lufthansa, Europcar, Henkel/Schwarzkopf, RWE und AXA. Für seine Arbeit wurde er mit 124 nationalen sowie internationalen Preisen ausgezeichnet (u.a. ADC-, Effie, Cannes-, Clio-, Cresta-Award, New York- und London Advertising Festival). Er ist Gründungsmitglied der Account Planning Group Deutschland und Mitglied im renommierten Art Directors Club für Deutschland. Richard Jung lebt und arbeitet in Hamburg und im Rheinland.

[Karsten Kilian](#), Würzburg

Diplom-Kaufmann, Markenstrategie und Gründer von Markenlexikon.com

[Andreas Koch](#), Potsdam

Dipl.-Betriebswirt und Kaufmännischer Vorstand, Oberlinhaus

Potsdam, nach Leitung der Rehabilitationsverwaltung im Berufsförderungswerk Frankfurt am Main und Verwaltungsleitung der Bundesarbeitsgemeinschaft Werkstätten für Behinderte ab Juli 1999 Stiftskämmerer/ Verwaltungsdirektor im Oberlinhaus Potsdam. Seit Juli 2002 Kaufmännischer Vorstand des Verein Oberlinhaus.

[Matthias Kube](#), Frankfurt/Oder,

Dipl. Sozialpädagoge, Geschäftsführer des Wichernheim Frankfurt an der Oder e.V., der Wichern-Wohnstätten und Soziale Dienste gGmbH und der Wichern-Pflegedienste gGmbH, Vorstandsmitglied des BeB und Leiter der „AG Bundeskongress für Führungskräfte im BeB“

[Michael Löher](#), Berlin

Ass. jur., Vorstand des Deutschen Vereins für öffentliche und private Fürsorge e. V., sechs Jahre Referatsleiter für Familienpolitik und stellvertretender Abteilungsleiter der Abteilung Kinder, Jugend, Familie und Sport im Ministerium für Arbeit, Frauen, Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt; ab 2000 Geschäftsführer, ab 2007 Vorstand des Deutschen Vereins

[Peter Oertmann-Brandt](#), Winnenden

Dipl. Betriebswirt, Vorstand der Paulinenpflege Winnenden, Vorstandsmitglied des BeB

[Thilo Rentschler](#), Gammertingen

Diplom-Betriebswirt, Vorstandssprecher des Marienberg e.V.

[Dr. Ilka Sax-Eckes](#), Meisenheim

Dipl. Psychologin, Geschäftsführerin für den Bereich Pädagogik der Heilpädagogischen Einrichtungen kreuznacher diakonie, Vorsitzende der Arbeitsgemeinschaft diakonischer Behindertenhilfe und Psychiatrie in Rheinland-Pfalz, Vorstandsmitglied des BeB

[Edelgard Spiegelberg](#), Wengern,

Juristin, Gesamteinrichtungsleiterin Frauenheim Wengern

[Frank Stefan](#), Minden

Pfarrer, M.A. (Sozialmanagement), Vorstandsvorsitzender des Diakonischen Werks – Innere Mission – im Kirchenkreis Minden

[Ulrich Stoebe](#), Hildesheim

Pfarrer und Vorstandsvorsitzender, nach Stationen im Gemeindepfarramt und als Referent im Landeskirchenamt Hannover von 1994 bis 2004 Superintendent des Kirchenkreises Hildesheim-Sarstedt, seit 2004 Direktor der Diakonie Himmelsthür

[Oliver Strube](#), Kassel

Unternehmer sowie Geschäftsführer von IMPULS Soziales Management u. der Gesellschaft für Kinderbetreuung u. Schule (GFKS),

1993 gründete er mit Alfons Scheitz Impuls Soziales Management (Beratung, Organisationsentwicklung, Training und Management rund um die Kinderbetreuung), 1994 die Trägergesellschaft GFKS.

[Klaus-Dieter Tichy](#), Mönchengladbach

Dipl. Kaufmann, Vorstand der Evangelischen Stiftung Hephata

[Prof. Dr. Susanne Vaudt](#), Bielefeld

Dipl.-Kauffrau und Prof. für Betriebswirtschaftslehre im Sozial- und Gesundheitswesen an der Fachhochschule der Diakonie in Bielefeld

Kosten

Der **Tagungsbeitrag** beläuft sich auf

€ 390,00 pro Person und setzt sich zusammen aus

Unterkunft und Verpflegung

(inkl. Pausengetränken) € 210,00 pro Person

und Tagungsgebühr € 180,00 pro Person

Für Teilnehmer/innen, die erst am 26.04.2010 morgens anreisen, beträgt der Gesamtpreis € 325,00 (ohne Büffet).

Der Tagungsbeitrag ist nach Erhalt der Rechnung, die zusammen mit der Anmeldebestätigung zugeschickt wird, **zu entrichten bis spätestens 16.04.2010**.

Nach erfolgter Anmeldebestätigung und Rechnungsstellung wird im Fall einer Stornierung der Betrag von € 25,00 erhoben. Dazu kommen evtl. anfallende Stornogebühren der Tagungsstätte.

Bei Absagen innerhalb der letzten sieben Tage vor Tagungsbeginn ist der volle Tagungsbeitrag zu entrichten.

Die Abmeldung hat rechtzeitig schriftlich bei der BeB-Geschäftsstelle zu erfolgen. Die volle oder teilweise Rückerstattung des Beitrages wegen Nichtteilnahme, nicht eingetommener Mahlzeiten o. ä. ist nicht möglich.

Anreise

Der Tagungsort ist mit Bahn (über Hbf Köln) und von dort mit Expressbus, S-Bahn und Bus gut zu erreichen. **Wegeskizze und Hotelprospekt werden der Anmeldebestätigung beigelegt.**

Organisation

Rolf Drescher, Bettina Senger

BeB-Geschäftsstelle

Postfach 33 02 20, 14172 Berlin

Tel.: 030/83 001-270, Fax: 030/83 001-275

E-Mail: info@beb-ev.de, Internet: www.beb-ev.de

Veranstalter

Bundesverband evangelische Behindertenhilfe e.V. (BeB)

Aktuelle Informationen

Die Tagungsausschreibung steht auch unter www.bebnet.de, Rubrik „BeB-Veranstaltungen“ zum Download zur Verfügung (nur für Mitglieder zugänglich). Aktuelle Informationen des BeB, vor allem auch Handreichungen und Positionspapiere finden Sie auf der Homepage (www.beb-ev.de) und im bebnet (jeweils in den Rubriken „Fachthemen“ und „Sozialpolitik“).

Tagungsleitung

Rolf Drescher, Berlin

Tagungsstätte

Kardinal-Schulte-Haus

Overather Str. 51-53

51429 Bergisch Gladbach

Tel.: 02204/4080, Fax: 02204/408697

www.k-s-h.de

Unterbringung

Einzelzimmer im Tagungshaus

Anmeldung

bis spätestens 26.03.2010

auf beiliegendem Formular an die Geschäftsstelle des BeB, Postfach 33 02 20 , 14172 Berlin.

Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Die Anmeldung ist verbindlich und wird schriftlich bestätigt. Die Workshops sind hinsichtlich der Teilnehmer/innen-Kapazität begrenzt; der Veranstalter behält sich Umbuchungen vor. Mit der Anmeldung erkennen Sie unsere Geschäftsbedingungen an.

Haftung

Der BeB haftet gegenüber den Teilnehmer/innen bei Unfällen, Verlusten oder Beschädigungen ihres Eigentums nicht, es sei denn, der Schaden wurde von den Mitarbeiter/innen des BeB schuldhaft verursacht.



Gestalten Sie die Zukunft mit
einem Partner, der sich auskennt.

In der Praxis.

Mit der Curacon Unternehmensgruppe steht Ihnen ein Partner zur Seite, der sich auf den Gesundheits- und Sozialbereich spezialisiert hat. www.curacon.de

Gut beraten im Verbund: Die Curacon Wirtschaftsprüfungsgesellschaft bietet Ihnen gemeinsam mit der Curacon Weidlich Rechtsanwalts-gesellschaft und der Adveris Unternehmensberatung Prüfungs- und Beratungsleistungen aus einer Hand.

Unsere Standorte: Berlin · Darmstadt
Düsseldorf · Hannover · München · Münster
Nürnberg · Rendsburg · Stuttgart

CURACON
SICHERHEIT GEBEN. LÖSUNGEN BIETEN.